

「ヒトナビ インターンシップ 2014」

成果報告書

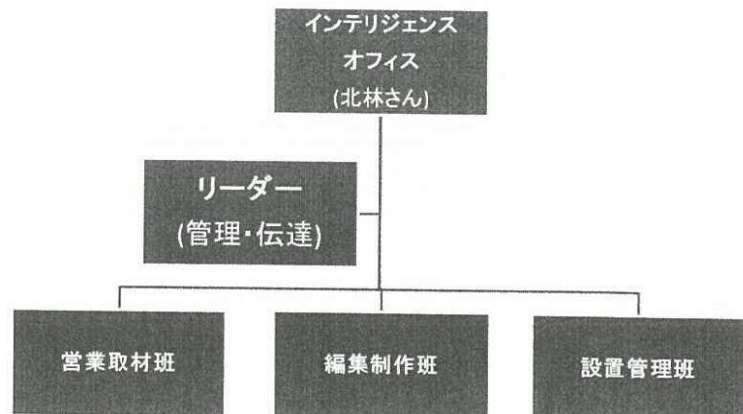
文責 中川結理

～働く"リアル"を知って、"働く"を考えるインターンシップ～

◎ "働くこと"に不安や悩みを持っている人々に向けて作成するフリーペーパー『はたらく人々図鑑』の発行

これが我々『ヒトナビインターンシップ 2014』のインターンシップミッションであった。これを九名のインターンシップ生で企画立案、営業取材、編集制作、設置管理すべてを行った。組織体制は右図の通りである。

実際にプロジェクトが動き出したのは、七月の後半からで、今もなおプロジェクトは現在進行形である。組織体制の人数割振りはリーダー(1人)・営業取材班(3人)・編集制作班(2人)・設置管理班(3人)である。



ここで各班のリーダーにこの半年間の振り返りを書いてもらったので、順番に記していく。

営業取材班

営業・取材班はまず企画の段階で決められていくコンセプト「働く自分と今の自分を考えて就活生一步踏み出すフリーペーパー」、価格、発行部数、発行形態、発行日、設置箇所などを盛り込んだ企画書の作成をした。企画書自体は営業をしていく中で何度も変わることになったが、初めてまとめた企画書を作ったのは大体このプロジェクトが始まってから2か月後くらいであった。

次に私たち営業・取材班がしたのはコンセプトでターゲットになっている就活生というのが就職活動のことが頭の片隅にはあるが、実際に就職活動に向けて何か行動を起こすことができている人だったので、そのような人にまず様々な仕事があることを知ってもらうためにある26の仕事幅広くリストアップした。具体的には広告、報道、ホテル、旅行、デザイン、機械、スポーツ用品、エネルギー、都市開発、金融、公務員、領事館、空運、商社、農業、ベビー用品、医療、福祉、塾、託児所、化粧品、着物、テーマパーク、娯楽施設、コンサルタント、NPO をリストアップして、その後これら26の仕事から具

体的な企業名を約75社リストアップし、電話営業用のリストにした。またこれと並行して電話営業時に必要であると予想された電話をする際のマニュアル、郵送やFAXを送る際に必要な送付状、メールテンプレートをまずは自分たちで調べて作成し、社員の方に添削してもらい完成させた。ここで当初の企画書ではフリーペーパーを発行することしか考えていない企画書であったが、株式会社インテリジェンスオフィスの営業をしておられる社員の方からイベント開催の提案を受け、営業・取材班のメンバーだけでなく他のインターンシップ生もイベント開催に賛成したためフリーペーパーの発行に加えてイベントの開催も決定した。これに伴い私たちのフリーペーパーの価値もイベントの開催決定により上がったと判断して値段もあげるようになった。

次に私たち営業・取材班がしたことは実際に電話営業をするということであった。これを始めたのはちょうど9月1日で、当初電話営業開始予定としていた8月19日からかなり遅れてのスタートとなった。すでにこの時点でこのプロジェクト開始時に想定していたロードマップから大きく修正をしなければならない状況になった。また当初リストアップをした75社もかけ終わり、アポが取れたのがたった1社であるという状況になった。私たちがリストアップした理由も図1に書いてある通りで、75社かければ3分の1くらいの25社のアポイントメントが取れると考えていたからであった。しかし75社かけ終わった段階で現実を知ることになった。結局このプロジェクトが終わってみれば約750社に電話をかけてアポイントメントが45社、獲得したのが25社という結果になった。

この電話営業でアポイントメントが取れた後には、実際に訪問営業が始まった。訪問営業の際には前の段階で作ったフリーペーパーの企画書やイベントを開催するにあたって作ったイベントの企画書やフリーペーパーの記事のサンプルを持って行って、訪問企業の方にイメージしやすいように説明していたつもりであったが、よく企業の方から指摘いただいたのは「イメージが湧かない」、「何を言っているのか分かりにくい」、「本当にそのフリーペーパーやイベントに参加して採用につながるなどのメリットがあるのですか」といった企業としては当然気になるけれど、私たちにとっては厳しい状況におかれていることを認識させられる言葉であった。また企画の段階では自分たちの中だけでなんとかなったことでも営業をする際は、お客様あつてのものとなりスケジュール管理がより求められた。具体的にいうと営業の段階ではお客様に合わせて行動することが多くなったため時間に対しても制約を受け、今まで頻繁に行っていた営業・取材班でのミーティングが減ったり、できなくなったりしてメンバー内での意思疎通を取るのも難しくなった。実際に私たちの管理不足が原因でアポイントメントがあつたにもかかわらず、時間通りに訪問できなかったこともあつた。企画の段階でインターンシップ生だけで集まるときは本来あつてはならないことであり、遅刻をしてしまうこともあつた。営業の段階でお客様とのアポイントメントに遅刻する状況になってからは以前よりスケジュール管理の重要性を認識するようになった。

営業を終え受注した後は、取材の段階に入った。ここでは営業・取材班は取材に行くのはもちろんのこと取材で使うカメラ、ボイスレコーダー、必要書類の管理をすることになった。ここでもこの取材管理ができていないことが原因でカメラの受け渡しができなくなったり、必要書類を後日もっていくことになったりして非常に非効率なことがあつた。また取材においては編集・制作班との連携も多くなった。原稿を作っていくにあたってお客

様からの要望を編集・制作班に伝えたり、逆に編集・制作班の要望を営業や取材をする際に株式会社インテリジェンスオフィスの社員の方に要望伝え、お客様に伝えていただいたり、営業・取材班のメンバーがお客様に伝えたりした。

ここまでで私たち営業・取材班として学んだことはいくつかあるが、特に大切だと思ったことは3つある。1つ目はインターンシップ生全員や株式会社インテリジェンスオフィスの社員の方々、お客様にきちんと情報を伝えることである。営業においても厳しい状況を詳しく伝えた上で、インターシップのメンバーで営業力を高めるためのロールプレイングなどができていれば状況が少し良い方向に変わっていたかもしれないし、お客様とのアポイントメントに遅刻することもなかったと思う。また取材においてもきちんと情報を管理していれば、株式会社インテリジェンスオフィスの社員の方やお客様に無駄な時間を割いてもらわなくてもよかつたし、自分たちの時間を無駄にすることもなかったと思う。

2つ目は利益をあげることの難しさである。営業については当初考えていた広告も受注できず、収入の面でも目標の5分の1以下という結果になり、赤字を減らすために支出を最大限絞ることになりました。ここでいう収支赤字とは人件費などの経費を除いたフリーペーパー印刷料やイベント開催場の利用料金やフリーペーパー郵送代だけが支出であると考えたときのものである。株式会社インテリジェンスオフィスの社員の方が話してくれたお話で、もし私たちが一つの会社を経営しているとすればここまでの大赤字を出せばすぐ倒産であると言われ、その通りだと思った。どんなにフリーペーパーやイベントによってお客様が満足したとしても収支が赤字であればその会社は存続できないという現実を感じるようになった。

3つ目は営業の難しさである。営業に行くと必ず問われるのは、お客様にとって私たちの企画に参加するためのメリットだ。どんな企業でもすぐにではなくとも最終的に利益にならないことについてはやらない。それを説得力のある形で示すのは数字であると思いますが、私たちのフリーペーパーやイベントには数字で表すことのできる実績がなかったためになかなかお客様を納得させることが結果としてできなかった。しかし世の中のどんな会社でも何も実績がないところから大きくなっていくので実績がなければお客様を納得させることができないというわけではないと思った。

私自身の自己評価としては、まだ取材はすべて完了したわけではないので何ともいえませんが、上記でも述べたように情報を管理しきれておらず、非効率な点が多かったと思う。営業に関しては足りなかったのはお客様との信頼関係だと思う。1番最初に株式会社インテリジェンスオフィスの営業社員の方の営業に同行させていただいたときに堅苦しい雰囲気ではなく、お客様が営業社員の方に相談をしていて、とても信頼し合っているように見えた。私たちに足りなかったのはそういうお客様との間に信頼関係を築くことだと思った。実際にこのことはある会社に取材に行ったときに聞いた話で同じような商品をお客様にとってはメリットを感じにくい、そういう時に商品が売れるか否かはその営業の人の魅力だとおっしゃっていたのがとても印象に残っています。商品に付加価値をつけることができるのはその人の魅力ということを知ることができた。3人いる営業メンバーの中でそれぞれ価値観が違い衝突することも多々あったが、協力しながらそういったことを乗り越えることができなければチームとしては成り立たないとも強く思ったし、今までこのように意見が食い違って衝突する経験が少なかったので個人的には良い経験だっ

たと思う。ほかの2人のメンバーそれぞれがこのプロジェクトを通して思うことはあつたはずなので、今後役に立ててほしいなと思っている。プロジェクトは12月20日のイベントまで続くためそれぞれが自分のできることをしっかりとて良かったと思うことのできるようになればと考えている。

編集制作班

編集・制作班の二人は、表紙のイメージ作成から始まり、企画で決定した内容のコラムを作ったり目次を作ったり、インタビューページを作ったりと、主にフリーペーパーそのものとなるデータの作成をメインとして活動してきた。これらの作業は、インターンシップが始まったときにしていた予想よりも困難で、先にできることを完全に終わらすことができず、結局フリーペーパーのデータの入稿の直前に作業が立て込んでしまうことになった。このことの最大の要因として、スケジュール管理の甘さがあげられると思うが、では、編集・制作班としての活動がはじまったときから、どういったスケジュールをたてて行動していれば最後の作業のつめこみを軽減できたのかを、本格的に班での作業を始めた8月の頭から振り返りながら考えいく。

上にも記したように、班での最初の作業はフリーペーパーの顔とも言える表紙の作成だった。なぜ表紙が顔なのかと言うと、身近に置いてあるフリーペーパーへ興味をもつきっかけは表紙であり、表紙の色や、文字、写真、もしくはイラストなどがフリーペーパーのコンセプトや内容を如実に表すと考えたためである。そのため、表紙はインターンシップ生全員で納得がいくまで話し合っただけでイメージ案を出し、その案を形にしたものを編集・制作班が何種類か用意し、そこからさらに意見を出し合っただけで表紙を決めていく方法をとることになった。だが、実際に表紙を何種類かつくる前に出た意見は、写真を使うことだけで、そこから何の写真を使うのか、どんな色の背景にするのか、写真を何枚使うのか、フリーペーパーのタイトルの字体はどのような雰囲気のものにするのか、など、表紙を構成する具体的な要素は編集・制作班が考えて決めることとなってしまった。ここで最も困難に感じたことは、ありふれた構図の表紙にはしたくないという思いと、実際に自分たちで具体的なイメージをつくる時に、なかなか独創的な案を出すことができないことだった。やっと二人で面白いと感じられる表紙の案ができたときには、他のメンバーに提示したときにどういう反応が返ってくるのだろうかという高揚した気持ちも少しあつたが、それ以外に何時間もパソコンの前に座り続けていた疲れも感じてしまっていた。また、その後は次のミーティングでどういった提示の仕方ですべて具体的な意見を集め表紙を決定させればいいのか、という不安を抱えたまま他のメンバーに表紙案の提示を行い、一度のミーティングで決まるはずだった表紙の確定が次週に持ち越されてしまうなど、初期の段階からフリーペーパーのページひとつひとつを作成していくのにかなりの時間を要する可能性があることが予想された。だが、これ以降も「間に合わない」と言いつつコラムの内容の決定や、インタビューページの雛形、目次やページ配分などの作成が結局9月や10月へと後ろ倒しになってしまったため、この時点での反省は、週に一度のミーティングにおいて決めるべきことをしっかりと決めるための説明や、決めやすいようにするための要素を事前にしっかりと準備することをしきれていなかったことだと考えられる。

次に編集・制作班が取り組んだのはフリーペーパーのコラムや目次であるサブコンテンツの作成だった。これらを作るときは、表紙を決めるときに確定が伸びてしまったことから選択肢をつくって多数決をとり、なるべく早くコラムのデザインや内容の完成を目指した。だが、このときは二人で一緒に作業をするのではなく、それぞれコラムを作る人、後書きの枠を作る人、といった具合に別々に作業を行ったため、どちらがどれだけすべきことを進められているのかが互いに分からない状況になってしまった。情報共有を密にとる必要があった。

そして十月から現在に至っては、インタビュー記事の編集作業に追われている。編集作業には専門知識を要する部分もあり、メンバーの一人は作業を行うための指導も受けたりした。営業の結果次第で編集の仕事が振り分けられるため、連携した仕事をこなすことの難しさを痛感した。現在も編集・制作メンバー→他の班メンバー→お客様企業、といった段階を踏んだ連絡形態をとっているため、情報共有とそのスピードが非常に大切になってくる。まだ編集作業は大詰めを迎えているため、入稿の最後までこの重要事項をやり遂げたいと思う。

設置管理班

設置・管理班の活動は、フリーペーパーの設置である。役割としては、完成したフリーペーパーをいろいろな場所に置かせてもらえるようにすることが主な仕事になる。今回はメンバー9人の中の3人が設置班としてフリーペーパーが大学やお店に置かれるまで活動した。

班として主に取り掛かった作業は、設置場所のリストアップ。電話テンプレートの作成。設置の電話アポ。フリーペーパーの設置部数の振り分け。再度設置場所への部数の確認電話。フリーペーパーを郵送と自分たちで持っていくのかの振り分けとリスト作成。郵送にかかる費用の計算。自分たちで持っていく分の設置場所振り分け。フリーペーパー郵送にあたっての段取り。設置場所への持ち込み。など細かいことを挙げていくといくつかある。

今回のフリーペーパーは、就活生をターゲットにしているため、多くの大学生に届くようにといったところを考え、各大学と大学近くのお店や大学生のよく訪れるお店を基準に設置場所を選んだ。昨年度にもインターン生によって同じ内容のフリーペーパーが作られています。今年度私たちが作るフリーペーパーは、やるからには去年よりも良い成果を出したいという思いから、班の目標を「設置場所の増加・設置地域の拡大」を掲げた。

そこで最初に班としてやったことは、予定通りに進めていけるように大まかなスケジュールを立てた。それによってスタートからゴールまでの班としての動きを把握できるようにするためである。お店の昨年度の設置場所と地域の結果は、京都と滋賀の2府県に194か所設置というものであって、場所は、大学、書店、飲食店、コンビニ、カラオケ、携帯ショップなど様々な場所に置いておられた。でも私たちは、より多くの就活生、大学生に見て、読んでもらいたいので、設置場所を300か所に増やし、設置地域も京都と滋賀に加え大阪を新たに増やそうと決めた。300か所の設置を考えると、お願いした時に置かせてもらえないという場所も出てくるのが予想されるのでそのこともふまえて8月か

らリストアップに入った。

8月に入ってからまずやり始めたことは、リストアップしていくための基準決めである。この時には、ターゲット像からの大学生とのかかわりのあるお店といったところから考えていった。まず大学生なので、大学のキャリアセンターは絶対に置きたいという意見が出てきた。他には、学生といたらよく飲み会にも行くだろうという意見から飲み会で使いそうな飲食店。大学近くのお店なら大学生もよく行くだろうという意見から大学周りのお店。大学へは電車で来る学生が多いだろうという意見から、大学最寄り駅近くのお店。また、大学近くではなくても四条や京都駅などの学生の多く集まる場所もリストアップしていこうということになった。結果として、8月の後半までに京都、滋賀、大阪の大学を107校、お店を308店舗の計415か所をリストアップした。

またこれらと並行して、大学とお店の設置へのお願いの際に電話で話す内容のテンプレートを作成していった。アルバイトの際に電話対応を経験してはいたが、改めて話す内容を考えると苦勞する点もあったが、何回もの修正を行い完成することができた。

そして、9月からは8月に作成した大学とお店のリストをもとに設置のお願いの電話アポを始めていった。大学の規模や学生数などによって部数はばらばらであるが、快く置いてくださる場所もあり、早く設置を行い多くの学生に見てもらいたいなと感じた。しかし発行部数に対して、設置部数が思ったように増えないといった問題が起きてきた。そこで、やはり多くの学生の方に見てもらいたいということから、さらに設置大学を増やした。増やしたのは、兵庫、奈良の大学である。実際にお願いの電話をするのに最初は緊張し、上手く話せるかなといった不安もありましたが、数をこなしていくうちに慣れていき、9月中にすべての大学とお店への電話をかけ終えることができた。

10月には、一度9月に大学とお店には電話で部数を決めはしたが、もう一度フリーペーパーの発行日が近づいたときにも確認のための電話をかけた。もう一度電話で確認すると、前に決めていた部数が大幅に増えるところがあったり、逆に減るところがあったりといった変更もあった。またこの確認電話の前に、設置する方法を改めて考え直した。フリーペーパーの発行費用やイベント費用、郵送費用など多額のコストが出てきてしまい、収支が合わなくなってしまうという問題が起きたからである。大学へはすべて郵送で送ってしまうと決めていたものを、自分たちで持って行けるところには自分たちで行こうということに決めた。そして確認電話の時に部数確認に加え、自分たちで持っていきたいという意思を伝え郵送から持込みへの変更をした。そうすることで学生への負担は増えるが、コスト削減ができるからである。大学への設置は、なんなく了承を得ることができたが、お店へは置くスペースがない。決まりで外部からのものは置けない。といったことがあり、思ったよりも設置個所を獲得することはできなかった。最終的には、設置大学113か所、お店37か所という計150か所という結果になった。就活生をターゲットにしているという点から考えると大学の設置数が増え、多くの学生に見てもらえるといったところはクリアしているが、最初に掲げた目標の300か所へは届かなかった。各大学113の設置大学は以下のとおりである。

<京都>(34か所)

京都造形芸術大学、京都情報大学院大学、京都女子大学、京都市立芸術大学、京都嵯峨芸

術大学、京都光華女子大学、京都華頂大学、佛教大学、同志社大学（今出川）、同志社大学（京田辺）、同志社女子大学（京田辺）、京都薬科大学、明治国際医療大学、成美大学、京都文教大学、京都美術工芸大学、京都伝統工芸大学校、京都建築大学校、京都学園大学、花園大学、京都教育大学、京都ノートルダム女子大学、大谷大学、京都府立大学、京都大学、京都産業大学、京都外国語大学、京都工芸繊維大学、京都橘大学、立命館大学（衣笠）、平安女学院大学（京都）、同志社女子大学（今出川）種智院大学、京都精華大学

<滋賀>10ヶ所。

龍谷大学（瀬田）、滋賀大学（大津）、滋賀医科大学、立命館大学（BKC）、長浜バイオ大学、聖泉大学、滋賀大学（彦根）、滋賀県立大学、びわこ成蹊スポーツ大学、びわこ学院大学

<大阪>40ヶ所。

大阪青山大学、大阪芸術大学、大阪経済法科大学、阪南大学、近畿大学（東大阪）、大阪工業大学（枚方）、大阪樟蔭女子大学（小阪）、大阪成蹊大学、大阪国際大学（守口）、大阪大学、千里金蘭大学、関西大学（千里山）、大阪教育大学、関西外国語大学（中宮）、大阪薬科大学、大阪女学院大学、大阪工業大学（大宮）、プール学院大学、桃山学院大学、森ノ宮医療大学、羽衣国際大学、太成学院大学、帝塚山学院大学、常磐会学園大学、四天王寺大学、関西医療大学、大阪体育大学、大阪産業大学、大阪観光大学、大阪河崎リハビリテーション大学、大阪経済大学、藍野大学、追手門学院大学、大阪大谷大学、梅花女子大学、大阪総合保育大学、大阪人間科学大学、大阪音楽大学、大阪市立大学、大阪府立大学（中百舌鳥）

<兵庫>22ヶ所

神戸松蔭女子学院大学、兵庫県立大学（神戸学園都市）、流通科学大学、神戸市外国語大学、神戸大学（名谷）、神戸常盤大学、園田学園女子大学、関西国際大学（三木）、関西福祉大学、甲子園大学、芦屋大学、大手前大学（さくら）、兵庫大学、関西学院大学（神戸三田）、関西学院大学（西宮聖和）、武庫川女子大学（中央）神戸女学院大学、神戸海星女子学院大学、日本経済大学（神戸三宮）、甲南大学（岡本）、神戸山手大学、**武庫川女子大学（中央）**

<奈良>7ヶ所

奈良は、奈良大学、奈良女子大学、奈良県立大学、奈良教育大学、幾央大学、天理大学、奈良学園大学

11月に入ると、誰がどこの大学とお店にフリーペーパーを持っていくのかということを決めていった。フリーペーパーの発行日が11月25日ということもあり、まだ実際に発行されておらず、持っていくという行動に移してはませんが、メンバーが段取りよく動けるように考えている。

設置班としては、このレポートの提出期限までに班としての設置という役割を終えられてはいない。そのためここまでが設置班としてやってきたことになる。この先は、12月

20日のイベントまでに発行したフリーペーパーを配布しきることが仕事となる。

設置の業務をしていく中で学んだこともある。大学やお店に自分たちの作ったものを置いてもらえるように願います。簡単なことのようにも思われるかもしれないが、言葉遣いに気をつけて喋り、さらに自分たちの作るものの価値を伝える。自分たちでは良いものだと思っても、相手の立場になって考えてみることによってわかることがあるということも学んだ。大学側の立場から考えると、実際に完成しているわけでもなく、中身もわからないといった状態で多くの学生に見てもらいたくてということだけを言われても置いていいですよという返事は返せないのが当然だ。完成する前に設置をお願いするという事で、少しでも相手にイメージを持ってもらうために、どういった内容で、どういった思いを持って作っているのかを話すことが必要不可欠であって、自分たちの強い思いが通れば相手の気持ちを動かすことができるんだということも学んだ。また、先の状況を予測して行動することの大切さを学んだ。フリーペーパー完成までにどんな作業が必要で、そのためにはどんな準備が必要だからこうしようといったことを決め、スケジュールを立て、それが上手くいかなかったときの最悪のケースについても考えなければいけなく苦労した点でもある。

今回設置班として活動してみて、自分自身理想と現実を目の当たりにした。最初は、大学になら就活生が多くいるから、このフリーペーパーは役立つ。だから絶対置いてもらえるだろうと思っていた。しかし実際はそんなことなく、最初に挙げたリストから置けないところが出てきてしまい、さらに追加で兵庫と奈良の大学を増やすことにもなった。こういった状況を初めから予想しておらずその都度での対応になってしまいましたが、その分臨機応変に対応する力をつけることができた。また、駅やコンビニ、お店といった日常でよく目につく場所に置かれているフリーペーパーですがあるが、そのフリーペーパーも初めは、自分たちが経験してきたような段取りが行われてから置かれているのだろうなと思うと、いつもなんとも思わずに見ていたフリーペーパーの見方が設置側の考えに変わっていった。

今回設置班として3人で活動し、慣れない作業に戸惑いながらも協力し合い班としての作業をやっていけたと思う。電話対応や社会人としてのマナー、行動力や実践力、個々て身についたものはいくつかあるが、今後役に立たせていきたいと思う。

リーダー

私たちインターン生全員が共通して学んだ「働くリアル」の三点を述べたいと思う。

「働くリアル」・・・『お金』。この観点からプロジェクトにかかる費用の莫大さを学んだ。理想と現実のギャップを一番感じられたのも、この『お金』の観点だと思う。理想は人件費光熱費込の予算を組んでいたが、現実には「赤字5万円の現状」であった。

「働くリアル」・・・『ハウレンソウ』。ここからは連携をとることの難しさと必要性を学んだ。

「働くリアル」・・・『成果』。ここでは努力ではなく成果を出す必要性を経験として学んだ。発行日を遅らせるというのも、一つの成果が出せなかった例であると思う。努力としては例えば、営業件数が挙げられる。我々は750件という膨大な数の電話をかけた。しかし結

果としてフリーペーパー獲得者数は22社であった。今迄の学生感覚で言えば、「たくさんかけたね」となるところである。しかし成果という観点から見ると、750件かけて22社ならもっとかけなければならなかった、という反省になる。

このように『成果』を出すことの重要性を、身を持って学ぶことができたように思う。

“働くこと”に不安や悩みを持っている人々に向けて作成するフリーペーパー『はたらく人々図鑑』の発行というのが我々の当初の目標であった。その中で「働く自分と今の自分を考えて就活生が一步踏み出す」というフリーペーパーのコンセプトを掲げてきたわけであるが、我々の半年間はまさにこのコンセプトを体感させて頂く内容であった。メンバーの一人一人が業務に携わる中で、「働く」とはについて自問し、考えて、行動できたように感じている。

遅らせた発行日は11月25日(火)と間近に迫っている。遅らせてしまった分、どこかで取り戻さなければならない。大学コンソーシアム京都としてのインターンシップの活動は終了しているが、まだまだ最後までミッション遂行を目指したいと思う。

このプロジェクトを支えてくださった受け入れ先の株式会社インテリジェンスオフィスの松岡さん、北林さんをはじめ、コーディネーターの渡邊先生、大学コンソーシアム京都 インターンシップ事業部のみなさま半年間、ありがとうございました。

そして株式会社インテリジェンスオフィスの松岡さん、北林さんはもうしばらくご迷惑おかけすることとなりますが、よろしくお願い致します。

最後に活動結果報告とこの後の活動内容を記載致します。

●活動結果報告●

『働く人々図鑑 2014 hitomanabi』11月25日(火)発行

掲載企業は以下の通り

イコン株株式会社 毎日放送様株式会社様

アマタホールディングス株式会社様 いろは出版様

上原成商事株式会社様 大和学園様 株式会社イシダ様 株式会社エクストリンク様

株式会社長谷ホテルシステムズ アランヴェールホテル様

株式会社ハウスネットワーク様 株式会社フクナガ様

株式会社渡辺商事様 キタイ建設株式会社様 京都大学様 滋賀県庁様

静原寮様 平和商事株式会社様 NPO法人木野環境様

野口建設株式会社様 和光株式会社様 吉本興業株式会社

株式会社ゴリップ様 株式会社晃商様

11月20日(木)

また上記の企業様をお呼びして、就活イベントの開催も予定しています。

【大学3回生の自由研究】

日程：12月20日(土)

時間：13:00～17:00

(12:30受付開始)

場所：京都産業会館にて

▼大学コンソーシアム京都さんにもぜひPRのご協力お願い致します。

本誌掲載企業
約25社が
一同に集結

「働く」リアル
を考える

大学3回生の自由研究

2014年12月20日(土)

〒605-0855 京都府京都市中京区錦町5-1-1 京都産業会館
TEL: 075-251-3100 FAX: 075-251-3101
HP: <http://www.kyokai.or.jp>
facebook: <https://www.facebook.com/kyokai2014>